

CARBOQUIMICA C.A.

12736

OFICINA CENTRAL:

Edif.: Multicentro, 6 de Diciembre y La Niña
Décimo Primer Piso Of. 1102
P.O.Box: 17-07-8864
Telfs.: 2232599 / 2545-711
Fax: (593-2) 2503-187
e-mail: maite@carboquimica.com
QUITO - ECUADOR

Quito, 30 de Marzo de 2007

Señores accionistas:

Según lo establecido en la Ley de Compañías y en los estatutos de la empresa, ponemos a consideración de los señores accionistas el presente **Informe de Labores correspondiente al período 2006**.

La modificación de la estrategia de la empresa

En la última junta general de accionistas, la administración presentó una estrategia que buscaba asegurar la sobrevivencia de la empresa en el largo plazo, a la espera de concretar alguna de las oportunidades que debería ofrecer al agua mineral. La mencionada estrategia se planteó en base a las siguientes consideraciones:

1. El agua mineral es un producto con un importante y creciente potencial (tanto nacional como internacionalmente) y
2. El mercado al que actualmente se enfrenta Carboquímica es complejo y con una gran competencia.

La conclusión que se derivó de esas consideraciones fue que si la empresa lograba sobrevivir por un tiempo lo suficientemente largo, también lograría explotar ese creciente potencial del agua mineral. Las acciones que se implementaron para cumplir con la estrategia trazada fueron mantener buenas relaciones con nuestro único cliente y tener una política muy estricta de control de gastos. El trabajo de la administración durante el año 2005 y la primera mitad del 2006 giró alrededor de mantener estrictamente esa línea de austeridad orientada a garantizar la sobrevivencia de la empresa a la espera de oportunidades de crecimiento.

En julio de 2006 la estrategia aplicada por casi un año y medio dio resultado y con la aparición de un nuevo cliente (Pepsi Guayaquil), Carboquímica pudo casi duplicar sus ventas mensuales: mientras en el primer semestre del año se vendió, en promedio \$3.680 mensuales, en el segundo semestre vendimos \$6.762 mensuales. Estos ingresos adicionales permitieron que nuestra empresa pueda ejecutar algunos gastos muy importantes para su sobrevivencia y que se habían aplazado por falta de recursos. En el segundo semestre se hizo gastos significativos en mantenimiento y reparaciones de las instalaciones, en el mantenimiento de los tanqueros y en pequeños arreglos en la oficina.

Si bien las ventas de agua del año 2006 fueron 47% superiores al año anterior, los gastos también crecieron (31%), arrastrados por los costos extraordinarios de mantenimiento. El

resultado final del año, una pérdida de \$2.063 dólares, refleja una mejoría frente al año anterior donde la pérdida fue de \$6.692.

En opinión de la administración, dadas las buenas perspectivas de ventas para el presente año y considerando que las necesidades más urgentes de mantenimiento ya fueron cubiertas durante el 2006, se puede esperar que el 2007 Carboquímica presente utilidades que podrían ser repartidas por primera vez en varios años.

Resumen de la actividad en 2006

En el año 2006, Carboquímica vendió 79 tanqueros, de los cuales 46 se vendieron a Resgasa, el productor de agua "All Mineral" y 33 a Pepsi Guayaquil, el productor de "Agua Linda". Frente a los 52 tanqueros vendidos el año 2005, esto significa un crecimiento de 51%. Los ingresos por ventas crecieron, como ya se señaló, en 47%.

Entre 2005 y 2006, los costos de producción crecieron en 79%, arrastrados, como ya se señaló, por los gastos extraordinarios de mantenimiento de la planta y los equipos. Los costos de ventas (que incluyen todo lo relacionado a tanqueros) tuvieron un incremento aún mayor (136%) por los gastos de reparación un tanquero que había estado sin uso por varios años.

Los gastos administrativos que ya habían caído entre 2004 y 2005 en 26%, se mantuvieron casi iguales al año anterior con un crecimiento de solamente 1.3%. En este punto vale recalcar que tanto el Presidente como el Gerente de Carboquímica reciben únicamente el sueldo mínimo vital.

A continuación, un resumen comparativo del balance de pérdidas y ganancias de los últimos dos años:

Rubros	2005	2006	variación
Ingresos totales	42,548	62,653	47.3%
Costo de producción	13,418	24,021	79.0%
Gastos de ventas	3,298	7,773	135.7%
Gastos administrativos	32,431	32,862	1.3%
Gastos totales	49,240	64,716	31.4%
Utilidad/Perdida Del Periodo	-6,692	-2,063	-130.8%

Se adjunta los balances de situación y de pérdidas y ganancias para que sean considerados por los señores accionistas.



Ing. Alfredo Ayora A.
Presidente



Eco. Vicente Albornoz G.
Gerente General